

## UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

---

Jurusan Komunikasi dan Multimedia  
Skripsi Sarjana Komunikasi  
Semester Genap tahun 2010/2011

HUBUNGAN ANTARA *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
SEBAGAI BAGIAN PROGRAM *PUBLIC RELATIONS*  
DENGAN *BRAND IMAGE* HOTEL LE MERIDIEN JAKARTA

Dewi Purnama                      1100031316

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis *corporate social responsibility* dan *brand image* Hotel Le Meridien Jakarta di mata konsumennya serta menganalisis hubungan antara *corporate social responsibility* sebagai program *public relations* dengan *brand image* Hotel Le Meridien Jakarta di mata konsumennya.

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah metodologi penelitian kuantitatif korelasional yang meliputi : (1) Teknik pengumpulan data melalui studi lapangan, yakni kuesioner dan wawancara tidak terstruktur, serta (2) Pengumpulan data melalui studi pustaka.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini melalui analisis “*Corporate Social Responsibility* sebagai bagian program *Public Relations* Hotel Le Meridien Jakarta” adalah mean sebesar 4.40. Dengan demikian, didapati hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* sebagai bagian program *Public Relations* Hotel Le Meridien Jakarta di mata konsumennya adalah “Sangat Baik”. Berdasarkan kuesioner yang disebarkan kepada responden, diketahui bahwa dari analisis “*Brand Image* Hotel Le Meridien Jakarta” didapati nilai mean sebesar 4.14.. Maka dapat disimpulkan bahwa *brand image* Hotel Le Meridien Jakarta di mata konsumennya adalah “Baik”. Dengan demikian, didapati hasil bahwa Hotel Le Meridien Jakarta memiliki *brand image* yang positif di mata konsumennya. Selain itu didapati pula korelasi antara variabel x dan variabel y senilai 0.870 dengan signifikansi  $0.000 < \alpha = 10\%$ . Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan hubungan antara dua variabel dalam penelitian ini tinggi.

Simpulan terhadap hasil penelitian ini adalah *corporate social responsibility* dan *brand image* Hotel Le Meridien Jakarta baik di mata konsumennya. Serta adanya hubungan positif yang signifikan antara *Corporate Social Responsibility* sebagai bagian program *Public Relations* dengan *Brand Image* Hotel Le Meridien Jakarta.

Kata Kunci : *Public Relations, Corporate Social Responsibility, Brand Image.*